**Zaključci i preporuke medija o tranziciji Hrvatske prema klimatskoj neutralnosti**

Ovaj set zaključaka i preporuka sastavljen je na temelju Panel rasprave s medijima o tranziciji Hrvatske prema klimatskoj neutralnosti održanoj 27.9.2021. te rezultata ankete koju je po završetku 23.9.2021. ispunilo 35 predstavnika medija.

U panel raspravi sudjelovali su panelisti:

* Dražen Klarić, Večernji list, glavni urednik
* Goran Ogurlić, Jutarnji list, glavni urednik
* Vladimir Nišević, Poslovni dnevnik, glavni urednik
* Nenad Jaric Dauenhauer, INDEX
* Ksenija Kardum, direktorica Informativnog programa, Nova TV
* Borna Keserović, urednik, RTL Dnevnik

Marko Biočina, glavni urednik gospodarskog sadržaja, HANZA Media d.o.o., moderirao je raspravom.

Ovi zaključci i preporuke prezentirati će se na završnoj konferenciji 27.10.2021.

**Zaključci i preporuke:**

* novinari su pretežitog mišljenja da klimatske promjene predstavljaju ozbiljan problem u Hrvatskoj te da su za rješavanje problema u jednakoj mjeri odgovorni Vlada RH ali i svi skupa
* pretežito mišljenje je da sadržaj vezan za klimatske promjene nije dovoljno zastupljen u hrvatskim medijima, da ova problematika treba biti više zastupljena ali da bi oni više o tome izvješćivali ako bi postojao interes političara za tu temu.
* velika većina je odgovorila da bi prihvatila edukaciju o klimatskim promjenama (oko 90%)
* Potrebni su **dobri komunikatori**, koji će komunicirati o klimatskim promjenama i njezinim efektima bez kontraefekta. Važno je jasnije komunicirati kontekst politika.
* Društvo bi trebalo iznjedriti osobe s koje će trajno komunicirati klimatske promjene na odgovarajući ali jednostavan način.
* Znanstvenici također trebaju shvatiti svoju društvenu ulogu u komunikaciji i tomu se prilagoditi.
* Medijima trebaju osobe koje će oni u svakom trenutku moći kontaktirati radi obrade teme i kontekstualiziranja problematike klimatskih promjena.
* Redakcije se trebaju više potruditi da integriraju klimatske teme u teme npr. poljoprivrede, tehnologije…
* Potrebno je klimatske teme komunicirati na jednostavan način
* Jedan od dosadašnjih problema komunikacije je pretežita komunikacija „s visoka“, potrebna je komunikacija „odozdo“
* Treba uspostaviti klimatsku „abecedu“, jezikom približiti temu na jednostavan i logičan način
* Treba istaknuti da tranziciju prema klimatskoj neutralnosti ne obavlja Hrvatska sama, nego u sklopu EU politika
* Jedna od „slabosti“ našeg društva je nedostatak autentičnih ambasadora klimatskih tema
* Nije dovoljno samo prenijeti informacije, treba znati ispričati dobru priču. Potrebno je prikazati priloge o dobrim rješenjima, praksama te kroz to raditi na edukaciji
* Građane treba informirati da je „zelena agenda“ skuplja ali da će im osigurati održivu budućnost
* Ljudima je potrebno pokazati da se isplati djelovati, novac je „okidač“
* Mediji imaju odgovornost **pravedno i točno informirati** javnost
* Potrebno je klimatske teme odmaknuti iz domene znanstveno-elitističke sfere
* Poučeni iskustvom covida 19 potrebno je proširiti baze znanja novinara
* **Medijima je potrebna edukacija** o tome kako pravilno komunicirati klimatske promjene, u tu je svrhu potrebno u ulaganje u glavne medije
* Potrebna je bolja suradnja između politike, znanosti, obrazovanja i medija.